

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktik

Desain Komunikasi Visual adalah suatu cabang ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (tata letak/perwajahan) Sehingga gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi target penerima pesan [1]. Desain komunikasi visual merupakan suatu ilmu yang menerjemahkan permasalahan kedalam bentuk digital. Dari permasalahan tersebut menghasilkan *brief* yang kemudian akan diselesaikan dan menghasilkan karya DKV.

Istilah DKV muncul ketika desain grafis semakin intensif bersentuhan dengan teknologi digital. Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi tumbuhnya kebutuhan desain baru yang tidak hanya diaplikasikan pada media cetak atau statis. Melainkan merambah juga pada media informasi dan media interaktif digital yang membutuhkan keterampilan di bidang komunikasi visual secara umum.

Perkembangan desain komunikasi visual dipengaruhi oleh teknologi peralatan, teknologi media dan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Melalui data hootsuite, pada Januari 2021, perkembangan media sosial di Indonesia sangat tinggi ditandai dengan besarnya pengguna sosial media aktif mencapai 170 Juta dari total 274,9 juta populasi di Indonesia [2]. Hal ini membuat desain komunikasi visual mau tidak mau akhirnya bersentuhan dengan perubahan yang sedang terjadi. Melihat besarnya pengguna media sosial di Indonesia menjadikan media sosial ini sebagai media baru sebagai media publikasi. Sehingga banyak perusahaan besar maupun kecil memanfaatkan memanfaatkan media sosial sebagai saran promosi mereka.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai media pemasarannya adalah MOANA Bike Tour. MOANA Bike Tour Merupakan

tour bike organizer di Yogyakarta dengan menjadi *top 2 recommended by TripAdvisor*. Dalam melakukan pemasaran pada media sosial, MOANA membutuhkan tenaga kreatif guna lebih menarik perhatian audien. Hal tersebut yang mendasari penulis memilih MOANA Bike Tour sebagai tempat Kerja Praktik. Selain itu, penulis ingin memperluas wawasan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran ataupun promosi.

1.2 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari Kerja Praktik adalah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan dan mengembangkan pengetahuan yang di peroleh selama masa perkuliahan.

1.3 Batasan Kerja Praktik

Dalam penulisan laporan Kerja Praktik ini lebih memfokuskan pada :

1. Waktu Pelaksanaan kerja praktik

- a. Kerja Praktik dilaksanakan WFO pada setiap hari Senin-Jumat dan WFH pada hari Jum'at.
- b. Jam kerja dimulai pukul 09:00 – 16:30 WIB

2. Tugas saat pelaksanaan Kerja Praktik

- a. Menjadi Graphic Designer pada Divisi Marketing
- b. Membuat desain operasional dan membuat konten harian

1.4 Manfaat Kerja Praktik

Adapun manfaat dari kegiatan kerja praktik di Moana Bike Tour Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis

- a. Menambah pengalaman dan wawasan dalam dunia kerja.
- b. Menerapkan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi untuk menyelesaikan permasalahan di perusahaan tempat kerja praktik.
- c. Mendapatkan pengalaman dalam bersosialisasi dan hal lain yang berbeda dalam bidang perusahaan tur.
- d. Didedikasikan untuk saling bertukar fikiran dan mencari relasi seluas-luasnya.

2. Manfaat bagi perguruan tinggi

- a. Menjalinkan kerja sama atau mitra kerja antara perguruan tinggi dengan dunia industri kreatif dimasa akan datang.
- b. Dapat dijadikan sebagai rekomendasi studi literatur pustaka di IT Telkom Purwokerto, agar nantinya dapat dijadikan sebagai referensi.

3. Manfaat bagi instansi Kerja Praktik

- a. Dapat menjalin kerja sama antara mitra perusahaan dengan institusi, serta sebagai bahan evaluasi kerja sesuai bidang yang dikuasai.